

PENGARUH SERVICE EXCELLENCE JASA TRANSPORTASI *ONLINE GRABCAR* TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN NUSANTARA DI BANDAR UDARA I GUSTI NGURAH RAI

Anita Elisabeth Halawa¹, I Made Kusuma Negara², Putu Agus Wikanatha Sagita³

Email: anitahalawa1507@gmail.com¹, kusuma.negara@unud.ac.id², aguswika@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Sarjana Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: This study aims to examine the influence of service excellence in GrabCar's online transportation services on the satisfaction of domestic tourists at I Gusti Ngurah Rai International Airport. The research employs a quantitative approach. The results of the study indicate that, partially, the tangible variable does not have a significant influence ($t = 1.014$), and the reliability variable also does not have a significant influence ($t = 1.364$). In contrast, the responsiveness variable has a significant influence ($t = 2.480$), as does the assurance variable ($t = 2.195$) and the empathy variable ($t = 3.180$). Simultaneously, all five variables have a significant effect on the satisfaction of domestic tourists. These findings indicate that overall, GrabCar's service excellence plays an important role in enhancing the satisfaction of domestic tourists at I Gusti Ngurah Rai International Airport.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *service excellence* jasa transportasi *online GrabCar* terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *tangible* tidak memiliki pengaruh dengan t hitung 1,014, variabel *reliability* tidak memiliki pengaruh dengan t hitung 1,364, variabel *responsiveness* memiliki pengaruh dengan t hitung 2,480, variabel *assurance* memiliki pengaruh dengan t hitung 2,195, dan variabel *empathy* memiliki pengaruh dengan t hitung 3,180. Secara simultan, kelima variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, *service excellence GrabCar* memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Keywords: service excellence, tourist satisfaction, domestic tourists, grab *online* transportation services.

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu destinasi wisata terpopuler di dunia dan menjadi ikon pariwisata yang utama di Indonesia. Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai sebagai pintu gerbang utama wisatawan ke Bali memainkan peran krusial dalam mendukung kelancaran mobilitas pengunjung. Berdasarkan data dari BPS Provinsi Bali, jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bali mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2023, dengan jumlah wisatawan nusantara sebanyak 20.833.503 atau tingkat pertumbuhan sebesar 46,14% dibandingkan dengan tahun 2022 dengan jumlah kunjungan wisatawan nusantara sebesar 14.259.714. Dari kenaikan jumlah kunjungan tersebut, maka diperlukannya fasilitas-fasilitas yang mendukung untuk

menunjang kegiatan pariwisata di Bali adalah dengan tersedianya suatu Bandar Udara.

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi membuat setiap orang pada era modern saat ini tidak lepas pada penggunaan *smartphone* dan internet. Dalam hal ini, jasa transportasi yang berbasis aplikasi digital atau transportasi *online* juga dirancang sebagai solusi yang modern. Maka terciptalah transportasi berbasis *online* salah satunya Grab. Layanan transportasi berbasis aplikasi seperti *GrabCar* kini menjadi pilihan utama bagi wisatawan, terutama di kawasan bandara. Grab secara resmi bekerja sama dengan pengelola Bandara I Gusti Ngurah Rai sejak 2020, menyediakan layanan *GrabCar Airport* yang mempermudah wisatawan dalam perjalanan mereka. Namun, meskipun layanan ini telah mendapat sambutan positif, masih banyak

keluhan yang disampaikan oleh wisatawan terkait kualitas layanan, seperti keterlambatan, ketidaksesuaian lokasi penjemputan, serta kurangnya keramahan pengemudi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan wisatawan dan kenyataan pelayanan yang diterima.

Dari fenomena tersebut, maka dibutuhkan evaluasi terkait kualitas layanan yang diberikan oleh *GrabCar* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai dengan pendekatan *service excellence*. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) digunakan untuk mengukur kualitas layanan *GrabCar* berdasarkan lima dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Salah satu kunci sukses sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang memenuhi ekspektasi konsumen, sehingga konsumen merasa puas saat menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2013) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja atau produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang. Model *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) dikembangkan oleh Oliver (1980) digunakan untuk melakukan pengukuran terkait kepuasan wisatawan yang menggunakan jasa transportasi *online GrabCar* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Penelitian yang dilakukan oleh Fakhri (2024) terkait kualitas pelayanan ojek *online Grab* di Kota Amuntai Tengah, menunjukkan bahwa hasil penelitian tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pada daerah tersebut, faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan mungkin lebih dominan dalam membentuk persepsi dan kepuasan pengguna terhadap layanan Grab. Namun, berbeda dengan temuan dari Noviantika (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan hasil temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan (gap) dalam literatur, terutama

dalam hal konsistensi temuan mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan dalam konteks layanan transportasi *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service excellence GrabCar* terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Secara khusus, penelitian ini akan mengidentifikasi pengaruh masing-masing dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan wisatawan serta mengetahui dimensi mana yang paling dominan berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan nusantara.

METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Terletak di sebelah selatan Bali tepatnya di daerah Kelurahan Tuban, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali, Indonesia. Menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: 1). Observasi, yaitu mengamati secara langsung di lokasi penelitian di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. 2). Kuesioner, yaitu memberikan pertanyaan yang diberikan kepada wisatawan nusantara yang menggunakan jasa transportasi *online GrabCar* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai dan diukur dengan menggunakan skala likert. 3). Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data berupa foto-foto atau arsip-arsip. 4). Studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan data sekunder dari jurnal, *website*, dan buku-buku serta literatur yang sesuai.

Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan populasi yang digunakan yaitu wisatawan nusantara yang menggunakan jasa transportasi *online GrabCar* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Penetapan jumlah sampel menggunakan *Lemeshow* dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka jumlah sampel yang telah didapatkan dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji instrumen penelitian yakni uji validitas dan uji reliabilitas,

uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian, dilakukan analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji t (parsial) dan uji f (simultan), juga akan dilihat hubungan dari antar variabel dengan analisis korelasi dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variabel independen dapat menjelaskan bahwa variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Grab merupakan salah satu perusahaan teknologi yang bergerak dalam bidang transportasi dan layanan yang berbasis aplikasi digital. Pertama kali didirikan di Malaysia pada tahun 2012 dengan nama “*MyTeksi*” oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan. Perusahaan ini didirikan karena adanya latar belakang buruknya sistem layanan taksi di Malaysia, terutama dalam hal keamanan, transparansi, dan kenyamanan. Ide pembuatan aplikasi ini dimulai ketika Anthony Tan menempuh pendidikan di Harvard Business School yang dimana pada saat itu *MyTeksi* merupakan tugas sekolahnya, kemudian berlanjut hingga menjadi bisnis.

Keberhasilan aplikasi ini menarik perhatian regional, sehingga perusahaan ini pun melakukan ekspansi ke negara-negara lain yang ada di Asia Tenggara dan berganti nama menjadi Grab. Awal kemunculan Grab di Indonesia adalah pada tahun 2014 dan mendapatkan respon yang positif oleh masyarakat karena kebutuhan terhadap layanan transportasi yang cepat, aman, dan nyaman yang semakin meningkat. Pada tahun 2015, Grab mulai berekspansi di Bali yang menjadi destinasi wisata terkenal di Indonesia. Layanan yang diberikan dapat menjangkau berbagai kawasan wisata dan pusat transportasi utama, termasuk Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Keberadaan Grab sangat membantu wisatawan dalam memperoleh akses transportasi yang cepat dan terjangkau.

Penelitian ini melibatkan 100 responden dengan menggunakan kuesioner yang diberikan pada wisatawan nusantara yang sudah menggunakan transportasi *online GrabCar* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Wisatawan nusantara yang menggunakan transportasi *online GrabCar* didominasi oleh wisatawan nusantara berjenis kelamin perempuan sebanyak 65%,

dengan asal kota didominasi oleh wisatawan dari Batam sebanyak 22%, berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 61%. Berdasarkan umur didominasi oleh wisatawan dengan umur 21-30 sebanyak 83%, berdasarkan pendidikan terakhir didominasi dengan pendidikan SMA/ sederajat sebanyak 54%, berdasarkan penghasilan per bulan didominasi dengan penghasilan Rp 2.000.000-Rp 5.000.000 sebanyak 43%, berdasarkan pengeluaran selama di Bali didominasi dengan pengeluaran Rp 2.000.000-Rp 5.000.000 sebanyak 55%, berdasarkan frekuensi kunjungan ke Bali didominasi dengan kunjungan 2-5 kali sebanyak 44%, berdasarkan tujuan berkunjung ke Bali didominasi dengan tujuan berbisnis sebanyak 63%. Responden berdasarkan sumber informasi transportasi *online Grab* didominasi dengan media sosial sebanyak 71%, berdasarkan penggunaan transportasi *online Grab* didominasi dengan penggunaan lebih dari 2-5 kali sebanyak 44%.

Berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden, terdapat berbagai tanggapan. Skor rata-rata persepsi wisatawan nusantara terhadap variabel service excellence adalah 3,97 dengan kategori setuju. Dalam dimensi bukti fisik (*tangibles*) pada pernyataan nomor 3 “Fasilitas transportasi *online GrabCar* (AC, sabuk pengaman) lengkap”, mendominasi dengan nilai rata-rata sebesar 4,12%. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada pada transportasi *online GrabCar* merupakan salah satu bagian utama dalam meningkatkan kepuasan wisatawan nusantara. Rata-rata terendah dengan nilai sebesar 3,83% pada dimensi kehandalan (*reliability*) pernyataan nomor 5 “Perjalanan menggunakan transportasi *online GrabCar* sesuai dengan estimasi waktu”.

Skor rata-rata persepsi wisatawan nusantara terhadap variabel kepuasan adalah 4,01 dengan kategori setuju. Didominasi oleh indikator kepuasan wisatawan keseluruhan dengan item pernyataan nomor 1 “Wisatawan puas dengan keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh Grab” dengan rata-rata 4,06%. Untuk pernyataan terendah dengan nilai rata-rata 3,95% pada indikator konfirmasi harapan dengan item pernyataan nomor 2 “Pelayanan yang

diberikan Grab sesuai dengan harapan wisatawan”.

Hasil uji validitas menyatakan bahwa 16 indikator dinyatakan valid dengan nilai Sig. (2 tailed) lebih kecil dari probabilitas 0,05. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen penelitian dapat dikatakan *reliable*.

Pada uji asumsi klasik dilakukan dengan tiga pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas menggunakan statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi secara normal.

Uji multikolinearitas dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* > 0.100 dan nilai VIF < 10.00 (Ghozali, 2011). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini diketahui bahwa variabel-variabel independen memenuhi persyaratan uji asumsi klasik dengan nilai *Tolerance* > 0.100 dan nilai VIF < 10.00 , maka dinyatakan tidak ada gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak terjadi pola yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) pada gambar *scatterplots* dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini tidak terbentuk pola yang jelas pada titik-titik dan menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi berganda pada penelitian ini baik dan memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari asumsi klasik.

Pada uji korelasi penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi yakni $R = 0.757$, berarti variabel dependen (*service excellence*) mempunyai hubungan yang sangat kuat dan positif dengan variabel dependen (kepuasan wisatawan nusantara).

Hasil dari analisis regresi linear berganda mendapatkan persamaan :

$$Y = 1.648 + 0,110 X_1 + 0,157 X_2 + 0,478 X_3 + 0,393 X_4 + 0,532 X_5 + e$$

Dari persamaan yang didapatkan menunjukkan bahwa semua dimensi *service excellence* memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan wisatawan. Dimensi *Empathy* dan *Responsiveness* merupakan dua faktor yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pengguna jasa *GrabCar* di bandara.

Uji f (simultan) pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Sig. untuk pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$. Maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang dimana terdapat pengaruh variabel bebas yaitu *service excellence* (X) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan nusantara.

Uji t (parsial) pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang tidak memiliki pengaruh: tangible (t hitung $(1,014) < t$ tabel $(1,985)$) dan reliability (t hitung $(1,364) < t$ tabel $(1,985)$). Namun, tiga variabel lainnya memiliki pengaruh terhadap kepuasan: responsiveness (t hitung $(2,480) > t$ tabel $(1,985)$), assurance (t hitung $(2,195) > t$ tabel $(1,985)$), dan empathy (t hitung $(3,180) > t$ tabel $(1,985)$).

Koefisien determinasi penelitian ini diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,701. Hal ini menunjukkan bahwa 70,1% variasi dalam kepuasan wisatawan domestik pengguna *GrabCar* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai dapat dijelaskan oleh lima dimensi kualitas layanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dengan kata lain, kelima dimensi tersebut secara bersama-sama memiliki kemampuan prediktif yang cukup tinggi terhadap variabel kepuasan. Adapun 29,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini, seperti harga, fitur aplikasi, kondisi lalu lintas, pengalaman pribadi, atau faktor psikologis lainnya.

Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada wisatawan nusantara yang menggunakan jasa transportasi *online GrabCar* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai, pengujian

hipotesis (korelasi X_1 terhadap Y), bukti fisik (*tangible*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,313 > 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $1,014 < t$ tabel 1,985. Sehingga bukti fisik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Pengujian hipotesis (korelasi X_2 terhadap Y), kehandalan (*reliability*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,176 > 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $1,364 < t$ tabel 1,985. Sehingga kehandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Pengujian hipotesis (korelasi X_3 terhadap Y), daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $2,480 > t$ tabel 1,985. Sehingga daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Maka, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengaruh daya tanggap mengenai *service excellence* jasa transportasi *online GrabCar* yang terdiri dari maka semakin tinggi kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Sebaliknya, semakin rendah pengaruh daya tanggap maka semakin rendah pula kepuasan wisatawan nusantara

Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Pengujian hipotesis (korelasi X_4 terhadap Y), jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi

sebesar $0,031 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $2,195 > t$ tabel 1,985. Sehingga jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Maka, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengaruh jaminan mengenai *Service excellence* jasa transportasi *online GrabCar*, maka semakin tinggi kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai. Sebaliknya, semakin rendah pengaruh jaminan maka semakin rendah pula kepuasan wisatawan nusantara.

Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Pengujian hipotesis (korelasi X_5 terhadap Y), empati (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $3,180 > t$ tabel 1,985. Sehingga empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Maka, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengaruh empati mengenai *service excellence* jasa transportasi *online GrabCar*, maka semakin tinggi kepuasan wisatawan nusantara di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Pengaruh *Service Excellence* Jasa Transportasi *Online GrabCar* secara Simultan Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Hasil dari uji analisis linear berganda yang telah dilakukan menggunakan SPSS dengan hasil uji f (simultan) memiliki nilai f hitung sebesar 44,125. F tabel yang didapatkan pada penelitian ini yaitu 2,311. Jika membandingkan antara nilai f hitung dengan f tabel, maka diperoleh hasil $44,125 (f \text{ hitung}) > 2,311 (f \text{ tabel})$. Nilai signifikansi yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$, maka dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi, *service excellence* jasa transportasi *online GrabCar* memiliki peranan yang penting terhadap kepuasan wisatawan nusantara.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mathodah (2019) dengan hasil yang didapatkan pada uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 2.034 lebih besar dari 1.985 dan nilai signifikansi sebesar $0.045 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memegang peranan yang cukup penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan

Simpulan dan Saran

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel X1 (tangible) dan X2 (reliability) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara, sedangkan secara simultan kelima variabel yakni tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara.

Saran

Untuk stakeholder, Grab disarankan untuk meningkatkan pelatihan pengemudi dalam hal kecepatan merespons permintaan pelanggan, termasuk ketepatan waktu penjemputan, komunikasi yang jelas, dan adaptasi terhadap kondisi bandara. Grab perlu mendorong nilai empati dalam setiap interaksi antara pengemudi dan penumpang, Grab dan pengelola bandara dapat bekerja sama dalam menata titik penjemputan agar lebih jelas, aman, dan mudah diakses, dan melibatkan wisatawan dalam proses evaluasi layanan melalui survei digital atau wawancara singkat.

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti terkait Grab di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai, diharapkan melakukan penelitian dengan variabel lain seperti variabel harga, variabel loyalitas, dan menggunakan responden dari wisatawan mancanegara sehingga dapat dilihat perbedaannya.

Referensi

Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan* (Perjalanan).
[https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-](https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-tujuan.html)

[tujuan.html](#)

- Fakhri, & Gusti Muhammad Hidayatullah. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Transportasi Ojek *Online* (Grab) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 195–208.
<https://doi.org/10.54783/jsr.v6i1.412>
- Ghozali, I. (2011). *Analisis Multivariate untuk Penelitian Akuntansi dan Keuangan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Noviantika, S., Artiningsih, D. W., & Wicaksono, T. (2019). Pengaruh Tarif Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Berbasis Aplikasi Grab Di Banjarbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sendy Ludju, M. L., Kusuma Negara, I. M., & Eka Mahadewi, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Menggunakan Transportasi *Online* Grab Di Kuta, Bali. *Jurnal IPTA*, 8(2), 226.
<https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i02.p07>
- Vanessa, B., & Prabantari, K. (2020). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Transjakarta. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 25–39.